

**PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN
SECARA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Progam Strata Satu (S-1)

Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Devy Sinditasari

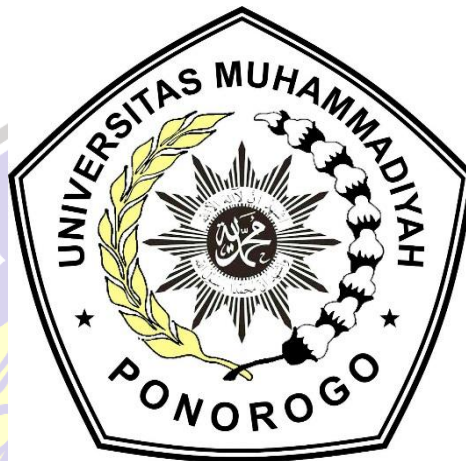
N I M : 13413205

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2018

**PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN
SECARA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Devy Sinditasari

N I M : 13413205

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online di Kalangan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Devy Sinditasari

NIM : 13413205

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 21 Februari 2018

Pembimbing I


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Pembimbing II


(Tegoeh Hari Abrianto, SE, MM)
NIK. 19671005 199309 14

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 1963505 199003 2003
19630505

Dosen Penguji

Penguji I


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Penguji II


(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 1963505 199003 2003
19630505

Penguji III


(Sri Hartono, SE, MM)
NIK. 19711230 201603 13

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, persepsi resiko, kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian secara online. Desain penelitian ini dengan menggunakan metode angket, jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 130 responden Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah melakukan pembelian secara online dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian untuk variabel gaya hidup diperoleh hasil $t_{hitung} = 2,580$. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dan diperoleh $t_{tabel} = 1,978$ yang artinya gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi resiko diperoleh hasil nilai $t_{hitung} = -0,837$. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,978$ yang artinya bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan untuk variabel kepercayaan konsumen diperoleh hasil $t_{hitung} = 2,203$ dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,978$ yang artinya bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Persepsi Resiko, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of lifestyle, perceived risk and trust on purchase decision online. Desain this study using questionnaire method, the number of respondents in this study 130 respondents factually of economics management Universitas Muhammadiyah Ponorogo who had made a purchase of clothing online.

Research result for lifestyle variabels obtained results $t_{hitung} = 2,580$. Using a signifikan of 0,05 and obtained $t_{tabel} = 1,978$ which means lifestyle affects purchasing decisions, result for perceived risk $t_{hitung} = -0,837$. Using a signifikan of 0,05 and obtained $t_{tabel} = 1,978$ perceived risk not affects purchasing decision, result for trust $t_{hitung} = 2,203$. using a signifikan of 0,05 and obtained $t_{tabel} = 1,978$ 978 which means lifestyle affects purchasing decisions.

Keywords: *Lifestle, Perceived Risk, Trust, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurah selalu kepada Rasulullah SAW, keluarga, para sahabat, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara online di Kalangan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo"**

Penyusun skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sastra Satu Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

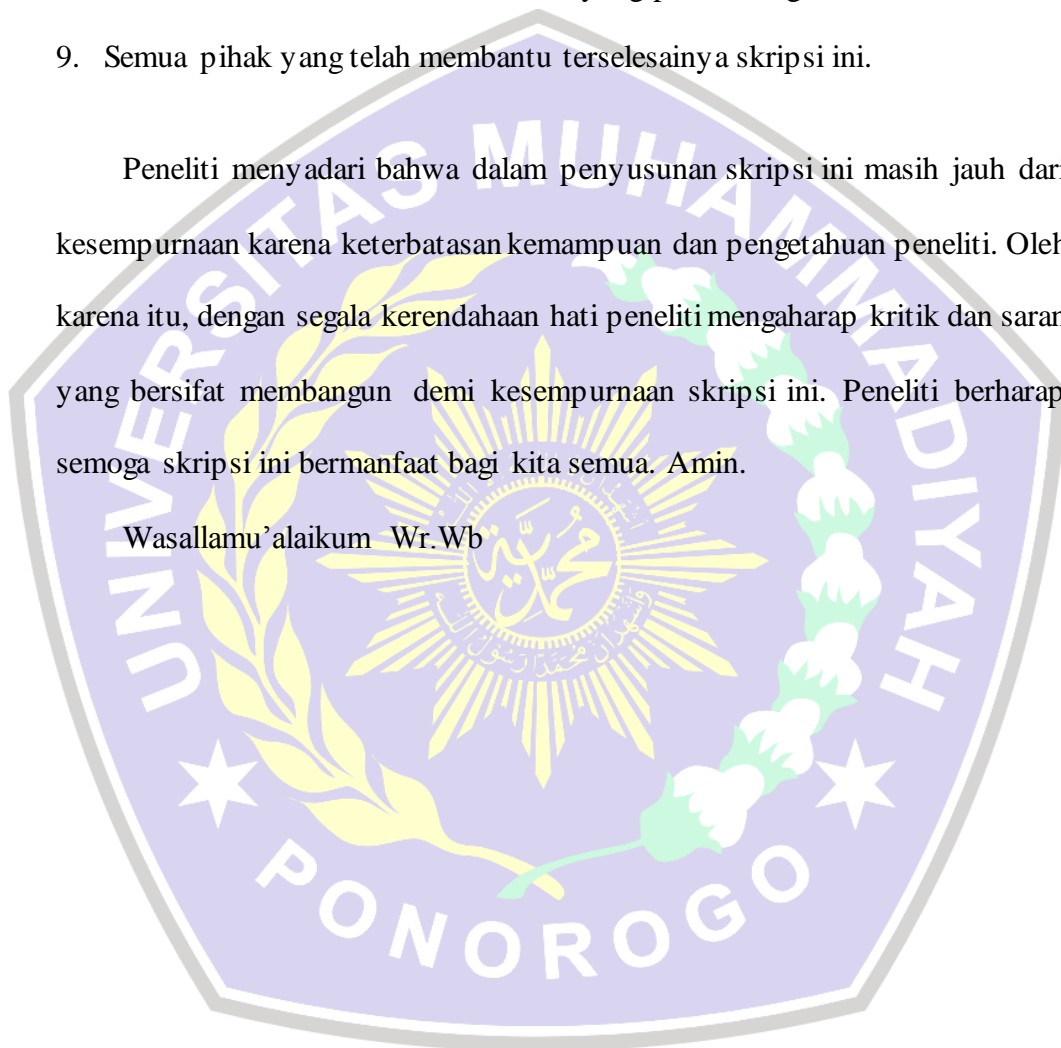
Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Sulton, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Titi Rapini, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Dra. Umi Farida, MM, selaku ketua Prodi S-1 Manajemen
4. Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I
5. Tegoeh Hari A, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II

6. Bapak/Ibu dosen karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
7. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan do'a dan dukungan
8. Teman – teman Manajemen S-1 seangkatan 2013 yang telah memberikan motivasi tersendiri dalam keseharian yang penuh dengan kebersamaan.
9. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu, dengan segala kerendahaan hati peneliti mengaharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wasallamu'alaikum Wr.Wb



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertuli diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Porwara 20 Januari 2018

 
(Devy Sinditasari)
NIM : 134213205

Halaman persembahan

Terimakasih Allah SWT yang telah menjadikan saya manusia yang sabar dalam menjalani segala hal termasuk dalam proses mengerjakan skripsi ini..

Terimakasih kedua orang tua yang selalu mendukung ku untuk selalu meraih cita-cita agar menjadi orang sukses semoga aku bisa membahagiakannya, sehat selalu sampai aku bisa menjadi yang mereka inginkan..

Terimakasih buat kakak dan sahabat sahabat aku Asri, nanik, Ulfa dan teman-teman lainnya Manajemen D kalian bagian dari keluarga kecilku sukses selalu semoga kita berjumpa di kesuksesan kita..

Terakhir aku ucapkan terimakasih buat kekasih ku Muhibul Ichsan yang selalu setia, selalu sabar dalam mendengarkan keluh kesahku tentang penulisan skripsi ini, yang tak pernah lelah menyemangati ku saat semangatku mulai goyah, yang selalu sabar dalam segala hal, yang selalu mendukung ku dalam setiap langkahku you're the best for me..

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3. Pengertian Gaya Hidup.....	11
2.1.4. Pengertian Persepsi Resiko.....	15
2.1.5. Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	18
2.1.6. Dimensi Kepercayaan Konsumen.....	20
2.1.7. Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.8. Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	29
2.4. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35

3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel.....	35
3.3. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data.....	37
3.3.1. Jenis Data.....	37
3.3.1.1. Data Primer.....	37
3.4. Metode Pengambilan Data.....	37
3.4.2. Kuisisioner.....	38
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5. Metode Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Keadaan Umum Perusahaan.....	50
4.1.1. Gambaran Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	51
4.1.2. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	51
4.1.3. Struktur Organisasi.....	53
4.2. Hasil Penelitian.....	55
4.3. Deskripsi Variabel.....	52
4.4. Analisis Data.....	52
4.4.1. Uji Instrumen.....	52
4.4.1.1. Uji Validitas.....	52
4.4.1.2. Uji Reliabilitas.....	52
4.2. Metode Analisis Data.....	60
4.4.2.1. Analisis Linier Berganda.....	52
4.4.2.3. Analisis Koefisien Determinasi.....	52
4.4.2.5. Uji Hipotesis Uji T.....	52
4.4.2.6. Uji Hipotesis Uji F.....	52
4.5. Pembahasan Penelitian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
5.1. Kesimpulan.....	119
5.2. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	122

Lampiran I.....	124
Lampiran II.....	131
Lampiran III	135



DAFTAR GAMBAR

2.3. Kerangka Pemikiran.....	30
2.4. Struktur Organisasi.....	53



DAFTAR TABEL

4.1. Gambaran Umum Berdasarkan Usia.....	55
4.2. Gambaran Umum Berdasarkan Semester.....	55
4.3. Gambaran Umum Berdasarkan Tempat Tinggal	55
4.4. Gambaran Umum Berdasarkan Pembelian online dalam sebulan	58
4.5. Gambaran Umum Berdasarkan Pendapatan Responden.....	59
4.6. Gambaran Umum Berdasarkan Media Elektornik	60
4.7. Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup	63
4.8. Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Resiko	64
4.9. Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen	66
4.10. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan	67
4.11. Hasil Uji Validitas	70
4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.14. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
4.15. Hasil Uji T.....	77
4.16. Hasil Uji F.....	80